

“MADE IN PIEMONTE IN SCANDINAVIA E BALTICI” INCONTRI B2B PER IL SETTORE AGROALIMENTARE

In **Finlandia** la produzione interna copre circa l'80% del fabbisogno alimentare del Paese ma – per ovvie ragioni climatiche – non è in grado di far fronte alla maggior parte della domanda di frutta e verdura. Il Centro Informazioni del Ministero dell'Agricoltura Finlandese segnala inoltre che nel Paese sono in forte e costante aumento i consumi di prodotti alimentari non tradizionali o “etnici” (inclusi quelli mediterranei) e di quelli salutistici (inclusi gli olii di oliva); fenomeno che si registra soprattutto nelle grandi città del sud (Helsinki, Tampere e Turku). Per ciò che concerne la distribuzione, i punti vendita della GDO realizzano più di due terzi del valore di tutte le vendite di prodotti eno-agroalimentari e di largo consumo quotidiano. In parallelo, tuttavia, i negozi Gourmet stanno prendendo sempre più piede nei quartieri benestanti delle principali città e la grande capacità di spesa del finlandese medio permette di inserire nel mercato anche prodotti di nicchia. La ristorazione ha anch'essa raggiunto un livello molto alto con diversi ristoranti stellati che negli ultimi anni hanno spinto più in alto l'asticella della qualità.

La posizione geografica dell'**Estonia** la rende un possibile punto di partenza per la penetrazione nei mercati circostanti: Baltici, Scandinavia, Europa orientale, Russia occidentale. Tale penetrazione è facilitata da buone infrastrutture nei trasporti. Nel 2018 le esportazioni italiane in Estonia sono ammontate a 465,4 milioni di Euro, in aumento sull'anno precedente dell'1,8%. Sebbene il comparto agroalimentare non figuri tra le prime voci di export, nel 2018 le esportazioni hanno fatto registrare un incremento del 4% passando da 20,85 milioni di € a 21,75 milioni.

Per quel che riguarda la **Lituania**, negli ultimi due anni le importazioni di prodotti agroalimentari italiani stanno facendo registrare un aumento e si attestano circa sui 70 Mln di € di fatturato. Si nota, infatti, una tendenza verso la richiesta di prodotti gastronomici gourmet/prodotti di qualità con un crescente interesse verso la dieta mediterranea e verso la cultura enogastronomica in generale. Anche in questo Paese stanno diventando sempre più numerosi i negozi specializzati in cibi gourmet che introducono nuove referenze made in Italy. Benché tradizionalmente sia un Paese nel quale si produce la maggioranza dei prodotti destinati alla tavola, una serie di prodotti vengono completamente importati: vino, olio d'oliva, caffè, pasta, agrumi e vari tipi di frutta e verdura. Si importano, inoltre, prodotti lattiero-caseari, salumi, alcolici, birra (specialmente artigianale), cioccolateria, prodotti di panificazione, conserve di pesce.

Paese fortemente competitivo, la **Svezia** ha registrato nel 2017 una crescita del 2,4%, mentre il debito pubblico ammonta a 116 miliardi di Euro, pari al 39% del PIL. Nel primo semestre del 2018 le esportazioni italiane verso la Svezia hanno registrato una crescita in valore del 14% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (Fonte Istat). Il dato appare motivato dal trend di crescita della disponibilità delle famiglie svedesi per i consumi e soprattutto, dall'ampio programma di investimenti pubblici varato dall'attuale governo. La Svezia è essenzialmente dipendente dalle importazioni per i prodotti ortofrutticoli, la pasta, il caffè, la cioccolata, l'olio di oliva e il vino; quasi tutti prodotti per i quali l'Italia detiene una posizione di produttore leader di mercato. Ciò costituisce una potenziale opportunità per tutti i produttori piemontesi capaci di offrire al mercato svedese una gamma di prodotti di qualità.

La **Lettonia** ha una posizione geografica strategica per le operazioni commerciali rivolte sia alle economie sviluppate dell'UE che ai mercati emergenti dei paesi dell'Est. L'economia lettone sta mostrando segni incoraggianti di ripresa economica che inducono a pensare che ormai sia fuori dalla fase di recessione. Il PIL è aumentato del 2,2% nel 2019 e del 4,5% nel 2017 (Statistics Latvia).

Nel 2017 l'Italia è passata dalla posizione di decimo Paese fornitore della Lettonia a quella di ottavo (con un valore complessivo pari a 451 milioni di Euro, 67 milioni in più del 2016) grazie soprattutto alle esportazioni di vini (46%), frutta (14%), prodotti a base di cereali (11%) e verdura (6%). A questi dati si aggiunga che il mercato dei prodotti biologici è in crescita del circa 10%: è quindi in aumento l'attenzione dei consumatori lettoni verso i prodotti di qualità.

In **Danimarca** si nota una crescente attenzione alla catena produttiva e alla conseguente qualità di quello che si consuma a tavola, con uno sguardo sempre più rivolto verso i prodotti di origine biologica. Il consumatore danese vuole avere maggiori informazioni sulle origini e sulle caratteristiche organolettiche dei prodotti che consuma. I principali paesi esportatori di prodotti agricoli nel mercato danese sono la Germania e l'Olanda. L'Italia si è posizionata al quinto posto nel 2016. I prodotti italiani più esportati in Danimarca sono principalmente: vino e bevande, caffè, olio di oliva, pasta, formaggi e prodotti derivati. Da segnalare inoltre che i danesi sono i più grandi consumatori al mondo di prodotti biologici.

Circa il 38% della **Norvegia** è costituito da foreste e soltanto un 3% del territorio è costituito da terreni coltivabili. Nel 2018 le importazioni di prodotti alimentari in Norvegia hanno superato i 6,5 miliardi di euro e sono in costante crescita, nonostante gli alti dazi all'importazione esistenti per alcuni comparti - lattiero caseario, carni e salumi in particolare. L'UE e la Norvegia nell'aprile del 2017 hanno siglato un accordo per facilitare il commercio bilaterale di prodotti agricoli, consentendo agli esportatori europei di rafforzare la loro posizione. Le esportazioni di prodotti agricoli dell'UE verso la Norvegia sono state in costante crescita negli ultimi dieci anni e sono quasi raddoppiate in questo periodo fino ad attestarsi a 2,5 miliardi di euro.

I consumatori norvegesi utilizzano in media il 12% del proprio reddito per i prodotti alimentari e le loro abitudini d'acquisto sono cambiate notevolmente nel corso degli ultimi anni integrando sempre più la loro alimentazione tradizionale con nuovi prodotti, anche d'importazione, cercando sempre più semplici soluzioni salvatempo. Frutta, latte, grano e riso si posizionano ai primi posti nella categoria dei consumi alimentari per persona, seguiti dalla verdura.